

А. В. Кузлякин, Л. Н. Рогалева

## ИССЛЕДОВАНИЕ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ ЗАНИМАЮЩИХСЯ ФИТНЕСОМ

Одной из сфер оздоровительной физической культуры является фитнес, который активно изучается А. В. Захаровым, В. Е. Борилкевич, А. А. Лалаян и др.

В связи с этим чрезвычайно актуальным становится исследование ценностных ориентаций занимающихся фитнесом.

В отечественной науке основные исследования ценностных ориентаций проведены такими учеными, как О. Г. Дробницким, В. П. Тугариновым, Л. А. Гусейновой, Л. Г. Ионина, Ю. А. Левады, С. Я. Матвеевой, И. А. Суриной, В. А. Ядова, В. С. Магуна и др. В данных работах рассматриваются концептуальные подходы к их изучению, их динамика в условиях социальных трансформаций российского общества, выделяются ценностные ориентации людей разных возрастных групп.

На основании анализа научной литературы нами выделено понятие ценностные ориентации.

**Ценностные ориентации** (ЦО) – это элементы внутренней структуры личности, сформированные и закрепленные жизненным опытом индивида в ходе процессов социализации и социальной адаптации, отграничивающие значимое (существенное для данного человека) от незначимого (несущественного) через (не) принятие личностью определенных ценностей, осознаваемых в качестве рамки (горизонта) предельных смыслов и основополагающих целей жизни, определяющие приемлемые средства их реализации.

На основе изучения литературы, практического опыта была определена цель исследования – выявить особенности ценностных ориентаций занимающихся фитнесом в зависимости от возраста и пола.

Экспериментальная база исследования – Фитнес-клуб «Фристайл» г. Асбеста Свердловской области.

Всего в исследовании приняли участие 48 человек, из них 30 женщин и 30 мужчин; по 6 человек женщин и мужчин в 3 возрастных группах до 20, 30, 40, и по 3 человека в возрастных группах до 50 лет и после 50 лет.

Для проведения исследования мы применяли методы:

- теоретического анализа (анализ литературных источников);
- педагогического исследования (для определения влияния занятий фитнесом на ценностные ориентации занимающихся);

Исследование ценностных ориентаций по методике Рокича, проведенное нами в разных группах занимающихся, показало, что активность посещения фитнес-клуба женщинами значительно превосходит мужчин, кроме возрастной группы до 20 лет. При этом отмечено, что большинство занимающихся посещают занятия в течение от полугода до 1 года. Эти факты выступают основой для анализа ценностей в двух возрастных группах от 20 до 30, которые, с одной стороны, являются определяющими в посещении фитнес-клуба, а с другой – не обеспечивают в полной мере одновременности занятий.

Среди терминальных ценностей у женщин, занимающихся фитнесом первой группы до 20 лет, ведущее место занимает любовь (4,3 %), уверенность в себе (4,6 %), наличие хороших и верных друзей (5,0 %), здоровье (5,3 %), счастливая семейная жизнь (7,6 %).

Выявленные ценности позволяют говорить, что для девушек в большей степени посещение фитнес-клуба связано со стремлением изменить свой внешний вид, стать стройнее, что придаст им уверенность в себе. Причем отмечено, что только первые две ценности для девушек главные, в то время как здоровье, друзья и семейная жизнь имеют по значимости сходный статус, что говорит о том, что здоровье (как главная ценность стимулирующая посещение клуба) не является у них ярко выраженной. Этим и можно объяснить, что отсутствие данной ценности как ведущей ведет к тому, что девушки через год занятий прекращают посещать фитнес-клуб. Данный факт отмечен во многих исследованиях, изучающих ценности студентов вуза (Л. Н. Роголева, И. В. Ефимова и др.).

Во второй группе до 30 лет ведущими терминальными ценностями являются здоровье (1,6 %), любовь (3,0 %), счастливая семейная жизнь (6,3 %), продуктивная жизнь (7,3 %), уверенность в себе (7,6 %), свобода (7,6 %), активная деятельная жизнь (8,0 %). Как видно из результатов исследования, ценности во второй возрастной группе значительно меняются, ведущей ценностью, обеспечивающей посещение фитнес-клуба, является здоровье, а второй фактор, как нам кажется, это стремление быть уверенными активными и продуктивными. Данные факты позволяют говорить, что именно здоровье рассматривается данной группой как условие активной продуктивной жизни, и большинство женщин, посещающих фитнес-клуб – это наиболее активная часть женщин, ориентированных на достижения и личностное развитие. В силу этого именно они и составляют основной контингент фитнес-клуба, а также позволяют сделать вывод, что именно ценности здоровья и продуктивной жизни могут рассматриваться теми ценностями, которые стимулируют посещение фитнес-клуба.

Для третьей группы до 40 лет доминирующими ценностями являются здоровье (2,3 %), материально обеспеченная жизнь (3,3 %), наличие хороших и верных друзей (5,3 %), любовь (6,0 %) счастливая семейная жизнь (6,3 %).

Как видно из результатов, именно здоровье и уверенность в себе являются определяющими для продолжения занятий фитнесом для женщин.

Для четвертой группы до 50 лет доминирующими ценностями являются здоровье (1,0 %), любовь, продуктивная жизнь (6,0 %), активная деятельная жизнь (6,3 %), материально обеспеченная жизнь. Видим, что, здоровье и продуктивная жизнь и активная жизнь выступает является показателем, которые стимулируют женщин для занятий фитнесом.

В число доминирующих терминальных ценностей пятой группы после 50 лет так же входят здоровье (1,6 %), интересная работа, развитие (5,3 %), счастливая семейная жизнь, жизненная мудрость, продуктивная жизнь (9,6 %), уверенность в себе (9,6 %). Для женщин старше 50 ценности, определяющие занятия фитнесом, являются теми же, что и в группе до 30 лет. Это говорит о том, что наиболее долговременными ценностями, обеспечивающими активное посещение фитнес-клуба, являются здоровье, продуктивная жизнь и желание развития.

Таким образом, можно сделать следующие выводы.

Наиболее важными ценностями, способствующими активное посещение фитнес-клуба женщинами, являются здоровье, уверенность в себе, продуктивная жизнь, развитие.

Проведенное исследование дает основание говорить, что с одной стороны, активные занятия в фитнесом позволяют реализовывать наиболее значимые личностные ценности, а с другой – что именно в работе с женщинами необходимо делать акцент на том, что фитнес – это она из форм достижения женщинами здоровья, уверенности в себе, развития, активности и продуктивности.

Исследование терминальных ценностей мужчин, занимающихся фитнесом, выявило, что у юношей, занимающихся фитнесом первой группы до 20 лет ведущее место занимает здоровье (3,6 %), жизненная мудрость, активная деятельная жизнь.

Как мы уже отмечали, именно до 20 лет наибольшее количество юношей посещает занятия фитнесом, и больше, чем девушки. В связи с этим те ценности, которые мы видим,

тесно связаны со здоровьем и активной деятельной жизнью. Представляется, что юноши до 20 лет направлены в данном возрасте на активный досуг, повышение уровня своего здоровья.

Во второй группе до 30 лет ведущими терминальными ценностями являются счастливая семейная жизнь, любовь, материально обеспеченная жизнь, интересная работа, активная деятельная жизнь.

В группе до 30 лет значимость здоровья снижается, и стимулом для активных занятий фитнесом является в большей степени активная деятельная жизнь.

Для третьей группы мужчин до 40 лет доминирующими ценностями является свобода, счастливая семейная жизнь, уверенность в себе, здоровье, любовь. В данной группе появляется ценность уверенность в себе и здоровье, которые детерминируют занятия фитнесом.

Для четвертой группы до 50 лет доминирующими ценностями являются здоровье, активная деятельная жизнь, продуктивная жизнь, любовь, счастливая семейная жизнь.

В силу того, что данная возрастная группа самая незначительная по контингенту занимающихся, можно говорить, что именно здоровье и продуктивная и активная жизнь могут рассматриваться как главные долговременные ценности посещения фитнес-клуба.

В число доминирующих терминальных ценностей пятой группы после 50 лет также входят любовь, здоровье, уверенность в себе, счастливая семейная жизнь, познание.

Ценности мужчин после 50 лет, как и у женщин, меняются, появляется уверенность в себе, познание.

Проведенное исследование позволяет говорить о том, что у мужчин ценностные ориентации в разных возрастных группах, в отличие от женщин имеют свои особенности и меняются в разных возрастных группах. Тем не менее наше исследование позволяет выделить те ценности, которые будут способствовать долговременному посещению занятий фитнес-клубом.

Наиболее устойчивыми терминальными ценностными ориентациями, обеспечивающими долговременное посещение фитнес-клуба как у женщин, так и мужчин являются ценности здоровье, активная деятельная жизнь, продуктивность.

УДК 378.17:331.548

**М. А. Кузьмин**

## **СОЗДАНИЕ ЛЕТНЕГО СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ЛАГЕРЯ НА БАЗЕ УрФУ КАК МЕХАНИЗМА ПРОФОРИЕНТАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Сегодня вся страна обсуждает проект «Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса». Комплекс является показателем одной из важных составляющих социальной политики России, направленной на укрепление человеческого потенциала государства, увеличения количества людей, ведущих активный, здоровый образ жизни. В связи с этим создание Профориентационного летнего спортивно-оздоровительного лагеря УрФУ (далее ПЛСОЛ УрФУ) становится крайне актуальным.

УрФУ уже сегодня является флагманом студенческого спорта. Традиционно проводится огромная работа по физкультурно-оздоровительной и спортивно-массовой работе. Сложился комплекс традиционных мероприятий – Спортивный фестиваль (по 6 видам спорта), Универсиада УрФУ (по 15 видам спорта), Дни здоровья институтов и т. д.

Ежегодно охвачено физкультурно-оздоровительной работой 14 046 человек. На высоком уровне проводят семинары и делятся новейшими методиками и разработками наши